

HEVES MEGYE SZEREPE A TURIZMUSBAN – A STATISZTIKA TÜKRÉBEN

PALLÁS EDIT, SZŰCS CSABA

Eszterházy Károly Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Üzleti Tudományok Intézete
pallas.edit@uni-eszterhazy.hu
szucs.csaba@uni-eszterhazy.hu

Összefoglalás

A turizmus a gazdaság és a társadalom széles rétegét érinti, jelentős fogyasztást generál. A turizmus egyenlege jelentősen pozitív (a hazánkba érkező külföldi utazók és a külföldre érkező magyarok kiadásainak különbsége), 2015-ben 975 milliárd forint volt. Heves megye adottságai a turizmusra kedvezőek. Eger és környéke jelentős termálvízkinccsel és kedvező geotermikus adottságokkal rendelkezik. Úgy ítéljük meg, jelentős potenciál rejlik a megye gyógy- és termálvízkészletének egészségturisztikai hasznosításában. További lehetőség lehet a konferenciaturizmus, Eger és Gyöngyös is erre kiváló lehetőséget ad. A hazai borok reklámozásának egy hatékony formája lehet a borturizmus, melyre a megye lehetőségei kiemelkedők. A turizmus jelentősége gyorsan növekszik. A WHO előrejelzése szerint az egészségügy és a turizmus lesz a világ vezető gazdasági ágazata 2020 után.

Kulcsszavak: turizmus, versenyképesség, gazdaságfejlesztés, foglalkoztatás, lehetőségek

1. Bevezetés

A turizmus a társadalom számos rétegét érinti, életforma és fogyasztási szegmens is. A gazdasági tevékenységek egységes osztályozási rendszere nem tartalmaz turizmus tételt, a turizmus mint virtuális ágazat számos szakágazat együttes teljesítményével határozható csak meg.

Hazánkban a turizmus adja a GDP mintegy 9 százalékát, és a foglalkoztatásból 11,3 százalékkal vesz részt.

A 2015. évben a magyar lakosság közel fele vett részt belföldi utazáson. Az utazások száma és az eltöltött idő az előző évi adatokhoz képest kismértékben emelkedett. Főleg a rövidebb időtartamú utazások száma nőtt. A fő célok között a szórakozás, pihenés, ismerős meglátogatása szerepeltek. A Balaton térsége napjainkban is a belföldi turisztikai utazások kedvelt célpontja. A hazai turisták 2015-ben 307 milliárd forintot költöttek el utazásaik során, ebből 122 milliárd forintot szálláshely szolgáltatásra (KSH, 2016/a). Azok a lakosok, akik a belföldi turizmusból kimaradtak, anyagi, egészségügyi okok miatt, illetve a szabadidő hiánya miatt nem utaztak.

2015-ben a Magyarországra látogató külföldiek 1607,7 milliárd forintot költöttek. Ebből 1235,1 milliárd forint származott a turisztikai céllal érkezőktől. A turisták döntő hányada több napra érkezett. A turisták költésében a szabadidős turizmus dominált (1076,2 milliárd forint), míg az üzleti céllal érkezők kiadása (158,9 milliárd forint) jelentősen kevesebb volt (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2016).

A több napra érkező turisták főbb célpontjai 2015-ben Budapest (35,8%), a Nyugat-Dunántúl (29,0%) és a Balaton régiók (10,7%) voltak.

A külföldi turisták legfontosabb motivációi a rokon- és barátlátogatás, a városlátogatás, az egészségturizmus, valamint az üdülés és a hivatásturizmus voltak. Szlávik–Kovács (2014) a turizmust a megye fejlődésének jelentős tényezőjeként ismerteti.

2. Anyag és módszer

A turizmusfajták közül a borturizmus elemzésére került sor kérdőíves vizsgálat és mélyinterjú segítségével. A borutak Európában 50-70 éves hagyományokat követve szerveződnek, ezen a területen Heves megyében az előrelépéshez minden feltétel adott. Hazánkban jelenleg a nyilvántartás szerint 37 borút létezik, de nem mindegyik folytat valós tevékenységet (Kopcsay, 2013).

A kérdőíves vizsgálatához megfelelő reprezentativitást biztosító (518 db) kérdőív került kiértékelésre. A statisztikai értékelés SPSS 20.0 programcsomag segítségével történt. A szignifikanciavizsgálatnál Kruskal–Wallis-tesztet alkalmaztunk.

A kérdőíves vizsgálat eredményeinek megerősítésére a mélyinterjúk felvétele 2014 decembere és 2015 júniusa között közvetlenül az érintett borászatokban történt.

Az interjúk kétharmadára Heves megyei borászatokban került sor (Pallás, 2016). Heves megye bemutatását, a turizmus egyéb fajtáiban (gyógyturizmus, konferenciaturizmus) játszott szerepét statisztikai adatok alapján végeztük el. A kérdőíves vizsgálat és a mélyinterjúk széles körű lehetőségeiből a terjedelem szűkösége miatt csak a borturizmus, borút lehetőségeinek megismeréséhez felhasznált kérdésekre adott válaszokat ismertetjük.

3. Eredmények

A hazánkba látogató turisták jellemzése

Magyarországot főleg a németek (184,0 milliárd forint költés), az osztrákok (123,6 milliárd forint költés), a britek (69,9 milliárd forint költés) és a csehek (60,5 milliárd forint költés) látogatják. A látogatók számára vonatkozó adatokat az 1. táblázat közöl.

1. táblázat: A Magyarországra érkező látogatók fontosabb mutatói

	2014	2015	Változás 2015/2014 %
Látogatók száma (ezer fő)	45 984	48 345	+5,1
Ebből: egynapos látogatók (ezer fő)	33 844	34 029	+0,5
többnapos látogatók (ezer fő)	12 140	14 316	+17,9
Turisztikai motivációval érkező látogatók száma (ezer fő)	17 253	20 189	+17,0
Ebből: turisztikai motivációval érkező egynapos látogatók száma (ezer fő)	7 095	7 778	+9,6
turisztikai motivációval érkező többnapos látogatók száma (ezer fő)	10 158	12 410	+22,2
2-4 napra érkező turisták száma (ezer fő)	4 741	6 484	+36,8
5 és több napra érkező turisták száma (ezer fő)	5 417	5 926	+9,4
Ebből: szabadidős céllal érkező turisták száma (ezer fő)	16 049	18 860	+17,5
2-4 napra érkező szabadidősturisták száma (ezer fő)	4 007	5 577	+39,2
5 és több napra érkező szabadidős turisták száma (ezer fő)	5 211	5 649	+8,4
üzleti céllal érkező turisták száma (ezer fő)	1 204	1 329	+10,4

Forrás: Magyar Turisztikai Ügynökség, 2016.

A látogatók száma folyamatosan növekszik, ez is alátámasztja a turizmus fontosságát. A látogatók költsége hasonlóan növekvő (2. táblázat).

2. táblázat: A Magyarországra érkező látogatók költségei

	2014	2015	Változás 2015/2014 %
Látogatók összes költsége (millió forint)	1 459 534	1 607 668	+10,1
Ebből: egy napra érkező látogatók költsége (millió forint)	383 496	385 246	+0,5
több napra érkező látogatók költsége (millió forint)	1 076 038	1 222 422	+13,6
Turisztikai célú látogatók összes kiadása (millió forint)	1 070 284	1 235 096	+15,4
Ebből: turisztikai motivációval érkező egy napos látogatók költsége (millió Ft)	75 230	90 555	+20,4
turisztikai motivációval érkező többnapos látogatók költsége (millió Ft)	995 054	1 144 541	+15,0
Ebből: szabadidős céllal érkező turisták költsége (millió forint)	938 933	1 076 188	+14,6
üzleti céllal érkező turisták költsége (millió forint)	131 351	158 908	+21,0

Forrás: Magyar Turisztikai Ügynökség, 2016.

Heves megye bemutatása

A megye az Északi-középhegység és az Alföld találkozásánál található, jelentős turisztikai (termál- és gyógyvízkészlet, oktatási centrumok, borvidékek), illetve mezőgazdasági (szőlő-, zöldség- és gyümölcsstermesztés, erdőszet, vad- és halgazdálkodás) potenciállal (Bánhid, 2014). Heves megye kulturális öröksége is jelentős, a történeti települési övezetbe 18 település tartozik, több közülük azonban komoly társadalmi gondokkal küzd (Szűcs, 2014).

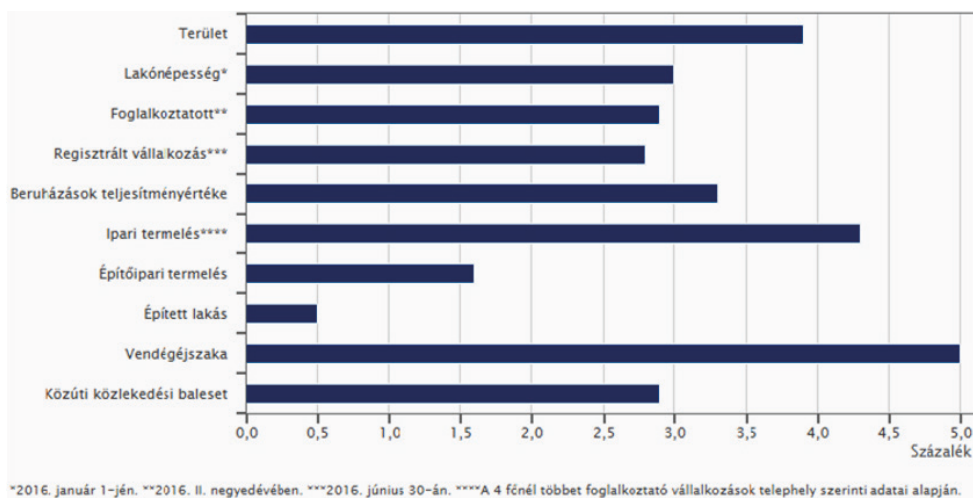
A lakónépesség a megyében folyamatosan csökken, részben az elvándorlás, részben az alacsony születésszám miatt (3. táblázat).

3. táblázat: A népességszám alakulása, népsűrűség (január 1.) Heves megyében

Év	A lakónépesség			Egy km ² -re jutó lakó-népesség
	száma	változása az előző év azonos időpontjához képest, %	az országos százalékában	
2008	316 874	-0,8	3,2	87
2009	314 441	-0,8	3,1	86
2010	311 454	-0,9	3,1	86
2011	307 985	-1,1	3,1	85
2012	309 175	0,4	3,1	85
2013	306 336	-0,9	3,1	84
2014	303 503	-0,9	3,1	83
2015	301 298	-0,7	3,1	83
2016	299 219	-0,7	3,0	82

Forrás: KSH, 2016/b

A térség a vendéglátás és az ipar terén jól teljesít, viszont az építőipar teljesítménye nagyon visszaesett (1. ábra).

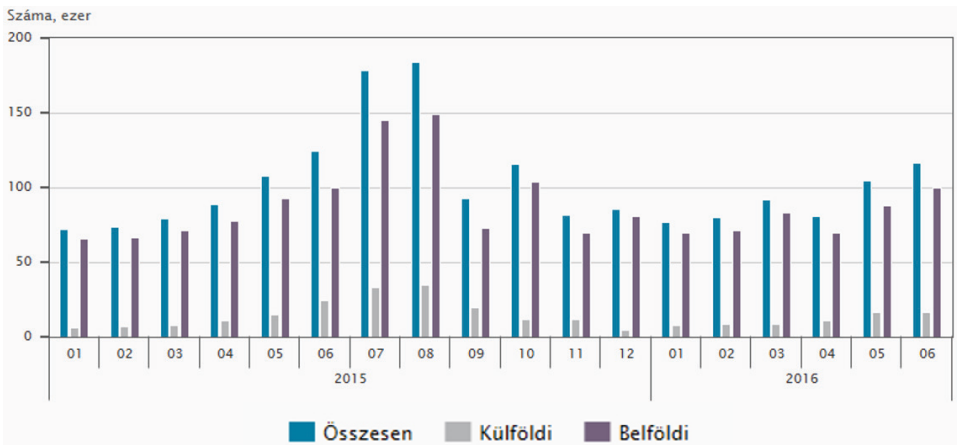
1. ábra. A térség helye az országban (ország összesen = 100,0)

Forrás: KSH, 2016/c

Heves megye a munkanélküliség terén a megyék rangsorában a középmezőnyben szerepel. A közfoglalkoztatottak a foglalkoztatottakon belül 5,9%-ot adnak, de volt már közfoglalkoztatott a gazdaságilag aktívakon belül 14,8% is (KSH, 2016/d).

2016. I. félévében a megye kereskedelmi szálláshelyein 260 ezer vendég 551 ezer vendégéjszakát töltött el. A tendencia növekvő. A külföldi vendégek aránya mintegy 10%. A megye kereskedelmi szálláshelyein 2016 első hat hónapjában 4,4 milliárd forint bruttó bevétel keletkezett. A vendégéjszakák számának változását havi bontásban a 2. ábra szemlélteti.

2. ábra. A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma és változása Heves megyében



Forrás: KSH, 2016/c

Turizmus a megyében

A megyében a vendégéjszakák száma öröndetesen növekszik. Ezt a KSH (2015) adatai is igazolják (4. táblázat).

4. táblázat: A szálláshelyek kapacitása és vendégforgalma

Megnevezés	2012	2013	2014
Kereskedelmi szálláshelyek			
Egységek száma ^{a)}	163	163	167
Férőhelyek száma ^{a)}	17 238	17 607	14 832
Vendégek száma	386 769	450 165	506 846
Ebből: külföldi	44 637	60 220	60 634
Vendégéjszakák száma	897 948	1 038 124	1 148 368
Ebből: külföldi	120 566	159 351	161 491

Megnevezés	2012	2013	2014
Egyéb szálláshelyek			
Vendéglátók száma ^{b)}	1 264	1 264	1 255
Férőhelyek száma ^{b)}	9 609	9 477	9 946
Vendégek száma	84 624	98 939	119 478
Ebből: külföldi	10 751	12 899	16 626
Vendégéjszakák száma	216 416	252 677	290 479
Ebből: külföldi	28 687	36 180	45 103

Forrás: KSH, 2015.

^{a)} július 31-én

^{b)} december 31-én

Az innováció a turizmusban is teret hódíthat. A gazdasági fejlődés nem csupán mennyiségi, hanem minőségi is, és ebben az innovációknak fontos szerepe lehet (Perez, 2009). Ilyen innovációnak fogható fel az egészségturizmus fejlesztése, a konferenciaturizmus kiterjesztése és a borturizmus növelése. Heves megye ezeken a területeken kiemelkedő lehetőségekkel rendelkezik.

Az egészségturizmus lehetőségei

Magyarország 2001 óta 201 milliárd forintnyi fejlesztést valósított meg az egészségturizmusban. A magyar egészségturizmus Európában is versenyképes infrastruktúrát tudott kialakítani. Hazánk a fogászati turizmusban ma is piacvezető, de az elmúlt másfél évtizedben sikeressé váltunk a wellness- és gyógyturizmusban és az orvosi turizmusban is. Arra kell törekednünk, hogy kimagasló színvonalon, versenyképes áron nyújtsunk szolgáltatást.

Hazánk termálvizekben gazdag. Az ország területének négyötöde alatt 30 °C-nál magasabb hőfokú víz található. Termálforrásaink száma mintegy 1300, és főleg az Alföldön gyakoriak. Gyógyhatással rendelkező vizeink használata segít a gyógyulásban. A gyógytényezők és gyógyfürdők regionális elhelyezkedését az 5. táblázat szemlélteti.

5. táblázat: Természetes gyógytényezők és gyógyfürdők hazánk régióiban, 2013*

Régió	Gyógyvíz	Gyógy- fürdő	Gyógy- barlang	Gyógyi- szap	Gyógy- gáz	Gyógyhely (minősített)
Közép-Magyarország	30	15	1	-	-	-
Közép-Dunántúl	8	3	1	-	-	1
Nyugat-Dunántúl	44	11	-	1	-	5
Dél-Dunántúl	26	12	1	-	-	1
Észak-Magyarország	21	8	2	-	1	4
Észak-Alföld	67	15	-	2	-	2
Dél-Alföld	42	13	-	1	-	1
Ország összesen	238	77	5	4	1	14

Forrás: KSH, 2013.

*Állami Népegészségügyi és Tisztiorvosi Szolgálat Közegészségügyi Főosztály gyógytényezőkkel kapcsolatos nyilvántartásai. Egy településen több gyógyforrás is szerepelhet.

A gyógyturizmusban érintett településeken az eltöltött vendégéjszakák 60%-át külföldiek foglalják le, főleg német nyelvterületről. A tíz leglátogatottabb, gyógyturizmusban érintett település a kereskedelmi és a magánszálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák együttes száma alapján sorrendben: Budapest, Hévíz, Hajdúszoboszló, Siófok, Bük, Balatonfüred, Sárovar, Zalakaros, Sopron és Győr.

Heves megye lehetőségei lényegesen növekedtek az Egerszalókon létesült gyógyfürdőkomplexummal. A megyében jelentős gyógyfürdők üzemelnek több helyen is, pl. Bükkszék, Eger, Hatvan, Heves, Poroszló és Tarnaméra területén. Több helyen a gyógyfürdőhasználat orvosi kezeléssel is összeköthető.

Az egészségturizmusban nagy szerepük lehet a 2014–2020-as ciklus uniós pályázatainak. A gyógyhelyek fejlesztésére országosan most is 14 milliárdos pályázati keret van. Lehet pályázni a gyógyhelyhez tartozó kiegészítő infrastruktúra fejlesztésére is, pl. ivókutak, sétálóutak kialakítására.

A fő cél nem a férőhelyek számának növelése, hanem a meglévő fürdők fejlesztése, minél komplexebb szolgáltatásokkal való kiegészítése.

A gyógyturizmusban szigorú szabályozások léteznek, vannak kötelező állami minősítések, és a gyógyhelyek is definiálva vannak. Ezt célszerű betartani (Internet 1).

A konferenciaturizmus lehetőségei

2015-ben hivatásturisztikai céllal több mint 1,3 millió fő érkezett Magyarországra. A vendégek 5 millió napot töltöttek itt. Összes költségük 158,9 milliárd forint volt.

A Magyarországon megrendezett nemzetközi konferenciák száma meghaladja az évi ezret. A világon a nemzeti és nemzetközi találkozók helyszíne főleg Európa (54,0 százalék). Magyarország részesedése ebből 2,1 százalék. A hazai nemzetközi konferenciák főbb jellemzőit a 6. táblázat ismerteti.

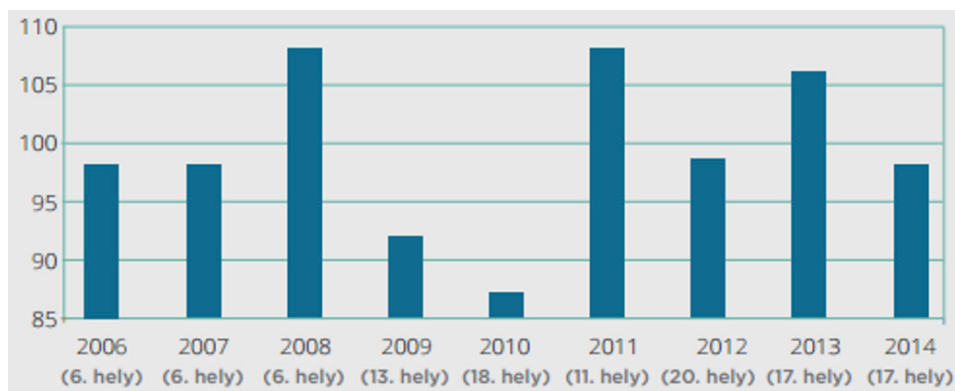
6. táblázat: A Magyarországon megrendezett nemzetközi konferenciák főbb jellemzői

Konferenciák száma	1 020 db
Átlagos résztvevőszám	149 fő
Átlagos időtartam	3,5 nap
Területi megoszlás	77% Budapest, 23% vidék
Legnépszerűbb vidéki helyszínek	4,4% Szeged, 2,7% Balaton és környéke, 1,8% Pécs, 1,0% Debrecen
Legnépszerűbb termék	30,8% orvosi, 14,6% gazdasági, 10,8% gyógyszerészeti, 10,8% IT, 15,6% egyéb
Megrendelők nemzetisége	56,9% magyar, 7,2% brit, 5,9% amerikai, 4,5% német, 2,4% francia, 2,4% olasz, 2,2% belga, 1,8% cseh, 1,1% holland, 15,6% egyéb
Résztvevő nemzetek	44,6% magyar, 35,4% német, 27,7% osztrák, 26,2% olasz, 25,4% francia, 22,3% brit, 22,3% amerikai, 18,5% cseh, 18,5% orosz, 17,7% belga

Forrás: Magyar Turizmus Zrt. – Kongresszusi Iroda, 2014.

Megjegyzés: Nemzetközi konferenciák a minimum 50 fős, külföldi vendégek részvételével zajló corporate, illetve szövetségi események. Az adatszolgáltatás nem kötelező, az eredmények kizárólag az adatközlő partnerek által önkéntesen megküldött adatokon alapulnak.

Budapest a konferenciák száma alapján jó helyezéseket ér el (3. ábra).

3. ábra. Budapest az ICCA ranglistáján (konferenciák száma; helyezés)

Forrás: Magyar Turizmus Zrt., 2014.

Heves megye a konferenciaturizmus tekintetében nem használja ki lehetőségeit. Az egri és Eger környéki szállodák, valamint az Eszterházy Károly Egyetem infrastruktúrája komoly konferenciák megrendezését tennék lehetővé.

Borturizmus lehetőségei

A borutak és a borturizmus a turizmus olyan formája, amely Heves megyében különösen sikeres lehet. A borturizmus napjainkra már komplex szolgáltatás, melynek közép-pontjában a bor, a borvidék és ezek különböző megjelenési formái állnak (Pallás, 2013).

A borturizmus lényege röviden: a borok kóstolása, fogyasztása, készítésének megismerése által motivált utazás (Várhelyi, 2012). Wachtler (2000) úgy gondolja, hogy a magyar bor reklámozásának egyik leghatékonyabb formája éppen a turizmus lehet. Heves megyében jelentős a bortermelés, az Egeri borvidék és a Mátrai borvidék mintegy félmillió hektoliter bort termel. Az egyéb adottságokat is figyelembe véve a borturizmus a megye nagy lehetősége (7. táblázat).

7. táblázat: Az Egeri és Mátrai borvidéken előállított bor mennyisége (ezer hl)

Megnevezés	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Egeri borvidék	266,4	143,2	237,8	244,0	232,7	245,7
Mátrai borvidék	313,5	149,2	233,6	298,1	280,8	206,5
Összesen	579,9	292,4	471,4	542,1	513,5	452,2

Forrás: Hegyközségek Nemzeti Tanácsának adatai alapján, saját összeállítás

A borturizmus javítja a vidéki életlehetőségeket. Kovács (2006) összefoglalja szerepét: „A családi vállalkozásoknál szervezett borkóstoltatás, étkeztetés és szállás bővíti a munkalehetőségeket, kiegészítő jövedelmet nyújt. Mindez elősegítheti a vidék és a vállalkozás fejlődését, csökkenti az elvándorlást, a falvak elöregedését, a lakosság életminőségének és létbiztonságának javulását. Jó reklám a vidék borai számára, fokozva a keresletet, javítva helyi vásárlóerőt. A vidéki turizmus, ezen belül a borút multiplikátorhatású a régió borvidékeinek infrastrukturális fejlődését illetően, befektetési lehetőséget is nyújt.”

A borutak kialakítása, a borkóstolók szervezése napjaink gyakorlata, de aktivitása a támogatás visszaesésével csökkent. A bor- és egyéb turizmus összekapcsolása (pl. wellness) egyes helyeken (pl. Egri borvidék) dicséretes gyakorlat (Pallás, 2016).

Kérdőíves vizsgálat

A kérdőív kitöltésénél a férfiak–nők aránya 57–43 százalék volt. A válaszadók családi állapotát a 8. táblázat mutatja be.

8. táblázat: A válaszadók családi állapota

Megnevezés	Személyek száma
Hajadon, nőtlen	186
Házass (élettársi kapcsolatban él)	274
Elvált	50
Özvegy	8
Összesen	518

Forrás: saját számítás

A válaszadó életkora fontos ismérv, hiszen kortól függően más-más motivációk érik az embereket. Ezt szemlélteti a 9. táblázat.

9. táblázat: A válaszadók életkora

Megnevezés	Személyek száma
18–25 év	164
26–40 év	172
41–60 év	154
60 év felett	28
Összesen	518

Forrás: saját számítás

A borút társadalmi-gazdasági céljainak megítélése Kruskal–Wallis-tesztel (családi állapot)

A vizsgálat során 27 kérdéscsoport került értékelésre. A közvetlen borértékesítés-formát tekintve a függetlenek és egyedül élők képezik az egyik, és a párkapcsolatban élők képezik a másik csoportot, amelyek között szignifikáns különbség van.

Ha a 10%-os hibahatárt elfogadjuk a nullhipotézis igazolására, akkor a borút társadalmi-gazdasági céljai között a falusi turizmus fejlesztése, a hagyományok és a kulturális örökség védelme, együttműködés a helyi gazdasági és civil szereplők között kérdéseknél is különböző a megkérdezettek álláspontja.

A válaszadók száma, összetétele szerint tendenciaszerűen a házasok és élettársi kapcsolatban élők jellemzőbbnek ítélték meg az említett három területen is a borutak fontosságát (10. táblázat).

10. táblázat: A borút társadalmi-gazdasági céljainak megítélése Kruskal–Wallis tesztel-(családi állapot szerint)

Test Statistics ^{a,b}							
	Közvetlen borértékesítés	Munkahelyek teremtése, vállalkozásfejlesztés	Az elvándorlás megállítása/munkahelyek megtartása	Együttműködés a helyi gazdasági és civil szereplők között	Falusi turizmus fejlesztése	A hagyományok és a kulturális örökség védelme	A bor-kultúra népszerűsítése
Chi-Square	13,807	4,486	3,483	6,766	7,339	6,823	14,645
df	3	3	3	3	3	3	3
Asymp. Sig.	,003	,214	,323	,080	,062	,078	,002

a) Kruskal–Wallis Test

b) Grouping Variable: Családi állapota

Forrás: saját számítás

A borút társadalmi-gazdasági céljainak megítélése Mann–Whitney-tesztel

A nemek között csak a borkultúra népszerűsítése és a 10% hibahatáron belüli falusi turizmus fejlesztésében eltérőek statisztikailag igazoltan a vélemények. Mindkét esetben a nők tulajdonítanak fontosabb társadalmi-gazdasági jelentőséget a borútnak. A többi vizsgált kérdésben nincs különbség (11. táblázat).

11. táblázat: A férfiak és a nők véleményének értékelése a borút céljainak megítélésében

Test Statistics ^a							
	Közvetlen borértékesítés	Munkahelyek teremtése, vállalkozásfejlesztés	Az elvándorlás megállítása/ munkahelyek megtartása	Együttműködés a helyi gazdasági és civil szereplők között	Falusi turizmus fejlesztése	A hagyományok és a kulturális örökség védelme	A bor-kultúra népszerűsítése
Mann-Whitney U	30144,000	30418,000	31204,000	31802,000	29778,000	30894,000	29190,000
Wilcoxon W	72339,000	73196,000	73982,000	74580,000	72556,000	55647,000	71968,000
Z	-1,314	-1,239	-,744	-,380	-1,688	-1,004	-2,209
Asymp. Sig. (2-tailed)	,189	,215	,457	,704	,091	,315	,027

^a) Grouping Variable: A válaszadó neme

Forrás: saját számítás

Az életkor szerinti vizsgálatnál csak a falusi turizmus fejlesztése és a hagyományok, kulturális örökség védelme kérdéseknél nincs statisztikailag igazolt eltérés (12. táblázat).

12. táblázat: A borút társadalmi-gazdasági céljainak megítélése Kruskal–Wallis-tesztel (a válaszadó életkora szerint)

Test Statistics ^{a,b}							
	Közvetlen borértékesítés	Munkahelyek teremtése, vállalkozásfejlesztés	Az elvándorlás megállítása/munkahelyek megtartása	Együttműködés a helyi gazdasági és civil szereplők között	Falusi turizmus fejlesztése	A hagyományok és a kulturális örökség védelme	A borkultúra népszerűsítése
Chi-Square	25,833	23,641	22,627	11,290	2,947	3,308	28,497
df	3	3	3	3	3	3	3
Asymp. Sig.	,000	,000	,000	,010	,400	,346	,000

^a) Kruskal–Wallis Test

^b) Grouping Variable: A válaszadó életkora

Forrás: saját számítás

A mélyinterjú következtetései hasonlóak a kérdőíves vizsgálat eredményeihez. A megyében vannak vállalkozások, melyek kifejezetten a borturizmusra álltak rá. A bort is így értékesítik. Ezek a vállalkozások adhatják a borutak fő vendéglátóit, és népszerűsíthetik a borturizmust.

4. Konklúzió

A turizmus hazánk gazdaságában az egyik legdinamikusabban fejlődő terület. Az egyenlege jelentősen pozitív, és hazánk adottságai különösen alkalmasak az egészség-, a konferencia- és a borturizmusra.

Heves megye adottságai a különböző turizmusfajtákra jónak mondhatók. Kiváló gyógyüdülőkkel, szállodákkal rendelkezik, melyek a turizmusra alkalmasak. Újonnan fejlesztendő terület lehet a borutak népszerűsítése, a borturizmus fejlesztése. Hazánk bortermelésének mintegy hatodát Heves megye állítja elő, ezen a téren a fejlesztések indokoltak. A már meglévő lehetőségeket kell kihasználni és a borturizmus szolgáltatába állítani. A borturizmus fontos fejlesztési területet képez önmagában is, de kiválóan kapcsolható a megyében megtalálható gyógy- és wellnesssturisztikai ajánlatokhoz, kulturális rendezvényekhez is. Az utóbbi években egyre inkább népszerűvé váló borvacsorák, bornapok előrevetítik azt is, hogy a bor és a gasztronómia együttes megjelenése egy széles körben és több célcsoportban népszerűsíthető eseménysorozattá nőheti ki magát. Ehhez kapcsolódóan fejlődhetnek a borturisztikai szolgáltatások, melyek újabb munkalehetőségeket és plusz bevételt eredményezhetnek. A területek egymáshoz kapcsolása, egymásra építése szükségessé teszi a turisztikai szolgáltatók szoros együttműködését egymással és az egyéb gazdasági szereplőkkel.

Hivatkozások

- Bánhidy Péter (szerk.) Heves Megyei Kereskedelmi és Iparkamara (2014): Heves megye gazdasági helyzetéről (2014. év) szóló tájékoztatója. Eger, p. 1–40.
- Kopcsay László (2013): Borrendek, borutak, borvárosok, borfalvak, nyitott pincék. Borászati füzetek, 2. sz. pp. 23–25.
- Központi Statisztikai Hivatal (2013): A gyógyturizmusban érintett települések Magyarországon. Budapest, p. 1–22.

- Központi Statisztikai Hivatal (2015): Heves megye számokban, 2014. Budapest, p. 1–30.
- Központi Statisztikai Hivatal (2016/a): Jelentés a turizmus és vendéglátás éves teljesítményéről, 2015. Budapest, p. 1–26.
- Központi Statisztikai Hivatal (2016/b): Területi adatok. Budapest,
- Központi Statisztikai Hivatal (2016/c): Fókuszban a megyék, Heves megye. <http://www.ksh.hu/docshun/hun/xftp/megy/062/index.html>
- Központi Statisztikai Hivatal (2016/d): Munkaerő piaci helyzetkép, 2015. Budapest, p. 1–39.
- Magyar Turisztikai Ügynökség (2016): A beutazó turizmus jellemzői és alakulása 2015-ben. Budapest, p. 1–5.
- Magyar Turisztikai Ügynökség (2016): Turizmus Magyarországon 2015. Budapest, p. 1–16.
- Magyar Turizmus Zrt. (2014): Hivatásturizmus. Budapest, p. 1–5.
- Pallás Edit (2013): A borturizmus minőségbiztosításának megjelenése. Acta Carolus Robertus, Gyöngyös, 3 (2) 6. sz. pp. 115–122.
- Pallás Edit (2016): A szőlő- és borágazat helyzete, borfogyasztás, borturizmus. Doktori értekezés, Gödöllő, p. 1–192.
- Perez, C. (2009): Technological revolutions and techno-economic paradigms. Tallin: TOC/TUT Working Paper No. 20.
- Szlávik János – Kovács Tibor (2013): Heves megye területfejlesztési koncepciója (2014–2020). Eszterházy Károly Főiskola, Eger, p. 1–56.
- Szűcs Csaba (2014): Foglalkoztatás, versenyképesség a gyöngyösi kistérségben. PhD-értekezés, Gödöllő, p. 1–244.
- Várhelyi Tamás (2012): A borturizmus és jótékony hatásai. Turizmus Online, p. 1–3. http://www.turizmusonline.hu/cikk_a_borturizmus_es_jotekony_hatasai 2015.07.31.
- Wachtler István (2000): Borutak szerepe a falusi turizmus fejlesztésében. VII. Nemzetközi Agrárökonómiai Tudományos Napok, Gyöngyös, pp. 276–281.
- Wachtler István – Nagy-Kovács Erika (2006): A borturizmus az Észak-Magyarországi Régióban. Gazdálkodás, 50. évf., 15. különszám, pp. 70 – 81.
- Internet 1 Egészségturizmus a jövő biznisze. pp. 1–5. http://www.turizmusonline.hu/belfold/cikk/egeszsegturizmus_a_jovo_biznisze 2016. 10. 19.